

Intimate Stranger の時代

富田 英典

「特定の他者」との間、第一次的集団の中で「コンサマトリー・コミュニケーション」が成立する一方で、都市空間では、匿名性の社会が登場している。そして、そこでは、不特定の他者、多数の見知らぬ他者（ストレンジャー）との間に「匿名性のコミュニケーション」が行われ、対面的なストレンジャー・ワールドが成立している。

他方で、現代社会は情報社会とも言われる。今日の情報社会は、テレビ、新聞、ラジオといったマスメディアだけでなく、電話という通信メディアの発達によっても支えられてきた。電話の利用形態は、吉見俊哉たちが指摘しているように、インストールメンタルなもの（用件電話）からコンサマトリーなもの（おしゃべり電話）へと移行している。

部分的・間接的である「メディア・コミュニケーション」は、技術革新を繰り返しながら全体的・直接的な「対面的コミュニケーション」に限りなく近づく。例えば、電話はヴィジュアルな部分の欠落したメディアであり、TV電話になることによってそれを獲得することになる。一般的には、そう考えられている。

しかし、「電話」と「TV電話」の關係に「ウォークマン」と「音楽用LD」の關係を重ね合わせてみると、別の觀點が見えてくる。私たちは、ウォークマンで音楽を聴いている時に、ヴィジュアルな部分が欠落しているとは感じない。電話も同じである。電話の声も、もともとヴィジュアルな部分の存在しない音になり得る。私たちは、そこに「声の快樂」とでも言えるものを体験してしまった。それは、TV電話や対面的コミュニケーションに還元できるものではない。

私たちは個々のメディアの中に固有の快樂を見つけている。情報社会を考える上で、メディアの發展を一本の直線の上に並べて、その機能の優劣だけで現

代社会への影響を考える時代は過ぎ去ろうとしている。

*

*

NTTは、平成元年に、アメリカの電話サービス「900番サービス」と同種の情報料回収代行サービスを開始した。周知の通り、「ダイヤルQ²」と呼ばれるこのサービスは、大きな社会問題を引き起こした。

特に問題になった番組は、「アダルト番組」「ツーショット」「パーティーライン」であった。「アダルト番組」は成人向けの電話放送番組、「ツーショット」は見知らぬ男女が声だけのデートをする番組、「パーティーライン」は数人の男女が電話で会話をする電話パーティーである。これらの番組に対する社会の評価は極めて厳しく、特に「ツーショット」は、番組自体が廃止に追い込まれた。

「ツーショット」と「パーティーライン」が爆発的な人気を集めた理由は、それらが不特定の見知らぬ他者との間にコンサマトリー・コミュニケーションを成立させてくれたからである。ただ、このようなコミュニケーションの芽は、すでにパソコン通信の「フォーラム」や「チャット」の中に存在していた。しかし、パーソナル・コンピューターと電話では、その普及率は比べものにならない。ダイヤルQ²の「ツーショット」「パーティーライン」が注目を集めたのはそのためである。

ダイヤルQ²の「ツーショット」では、利用者は、「0」ボタンをプッシュし、相手を切り替えながら見知らぬ異性との親密な会話を繰り返している。メディアの中に成立する匿名性の空間のなかで、お互いにStrangerのまま親密なコミュニケーションを楽しんでいるのである。

そこで、このような彼らのことを“Intimate Stranger”と呼んでおきたい。それは、「メディアの中だけで親しくする他者」である。

*

*

高度情報社会、マルチメディア社会についての議論が盛んであるが、現実にも最も普及した情報機器は、家庭用TVゲーム機とカラオケ機器であった。そこには、惜しげもなく次々と最新技術が導入されている。佐藤卓己はこのような業界の状況を「ハイテク技術の実験場」(『ポップコミュニケーション全書』パルコ出版)と呼んだが、それは今日の激変するメディア社会の象徴するかのよ

うでもあった。

そこにインターネット、携帯電話、PHS（パーソナル・ハンディホン・システム）、最近発売されたNC（ネットワーク・コンピュータ）などが加わり、通信メディアをめぐる状況は目まぐるしく変わりつつある。

携帯電話・PHSが社会に及ぼす影響、利用の形態などについては、今後の研究を待たねばならないが、これらがさらに普及する可能性は、おそらく多くの研究者が認めるところであろう。また、「今世紀中にパソコンをしのぐ新市場を創出できる」（米オラクル社、エリソン会長談話、日経産業新聞、96.01.19）とまで言われるNCは、普及すればインターネットの様々なサービスが家庭で簡単に使えるようになる。現時点では未知数の部分も多いが、NCの動向も今後の情報社会を考える上で重要であろう。

ただ、メディアの有用性（機能性）と共有性（普及度）が必ずしも一致しないという点は、これまでも問題にされてきた。新しいメディアが普及するには、有用性とは別のプラス・アルファがあってこそ急速に普及すると考えられるのである。そのプラス・アルファとは、おそらく「メディアが作り出す欲望」であろう。

今日の高度情報社会、マルチメディア社会が、現代人の中にどのような欲望を生み出すのかを正確に予測することは難しい。しかし、都市空間に成立している匿名性の世界が、新しいメディアの中に持ち込まれたとき、私たちは、おそらくそこに、よりリアルな“Intimate Stranger”としての快楽を求めることになるはずである。

都市空間に発生した匿名性の世界は、周りの目を気にせず自由に振る舞える場所でもあるが、孤独で危険な空間でもある。ところが、メディアの中に成立する「匿名性」は、孤独で危険な匿名性の都市空間の中に新たな「親密性」を成立させることになる。これまで「匿名性」の中に認められてきたネガティブな部分が情報社会における「親密性」を成立させる基盤へと転化し始めているのである。

「顔のない世界」「名前のない世界」の中でこそ、他者との親密な関係が成立する時代が到来しつつある。今日の高度情報社会は、「Intimate Strangerの時代」へと移行する可能性を秘めている。メディアの中の“Intimate Stran-

ger” たちが作り出す社会とは、どのような社会なのか。そのプロセスでいったい今何が起ころうとしているのか。それを探ることが、私の研究課題である。

(とみたひでのり 佛教大学社会学部応用社会学科助教授)